

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему: «Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агентство з розробки веб-сайтів) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-41
Задорожної Вероніки

Науковий керівник: кандидат екон.наук,
доцент Окрепкий Р.Б.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	4
1.1. Компанія та її послуги.....	4
1.2. Дослідження та аналіз ринку.....	5
1.3. Маркетинговий план.....	8
1.4. Операційний план.....	11
1.5. Управлінська команда.....	13
1.6. Фінансовий план.....	14
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЄКТУ.....	17
ВИСНОВКИ.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний бізнес дедалі частіше звертається до цифрових технологій як до засобу підвищення своєї ефективності та конкурентоспроможності. Розробка веб-сайтів є однією з ключових складових успішного функціонування підприємств, адже інтернет-присутність стала обов'язковою умовою для залучення клієнтів, комунікації з ними та просування товарів і послуг. У цьому контексті створення бізнес-плану для агентства з розробки веб-сайтів набуває особливої актуальності, адже дозволяє поєднати економічне обґрунтування доцільності реалізації проекту з детальним плануванням його розвитку.

Мета: розробка бізнес-плану для агентства з розробки веб-сайтів, яке надаватиме послуги з розробки сайтів “під ключ”, дизайну та супутніх сервісів.

Завдання: аналіз ринку та його тенденцій, визначення цільової аудиторії, розрахунок операційних та капітальних витрат, планування маркетингової стратегії, а також оцінка фінансової доцільності проекту.

Інформаційна база дослідження: сучасні дослідження у сфері підприємництва, економіки та маркетингу, дані щодо стану та тенденцій розвитку ринку ІТ-послуг в Україні.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Компанія та її послуги

а) Компанія

Компанія буде називатися «Digital Craft» і орієнтуватиметься на середній і малий бізнес. Агентство буде надавати комплексні послуги із створення, підтримки та просування сайтів, щоб допомогти клієнтам розвивати свої бренди, підвищувати продажі та покращувати взаємодію з цільовою аудиторією в онлайн-середовищі. Digital Craft спеціалізуватиметься на розробці веб-сайтів різних типів, включаючи корпоративні та інші багатосторінкові сайти, інтернет-магазини, лендінги та складні портали з інтегрованими функціями. Основний намір агентства – створювати індивідуальні рішення для кожного клієнта, враховуючи особливості його бізнесу, потреби та конкурентне середовище. В основі їхньої роботи буде застосування сучасних технологій, дизайн орієнтований на користувача (UX/UI), а також глибоке розуміння маркетингових і бізнес-завдань клієнта.

Ціллю компанії є поступовий і стабільний розвиток. Спочатку вона буде складатися з невеликої команди співробітників: веб-розробника, дизайнера, проджект-менеджера і маркетолога. Таке рішення дозволить оптимізувати витрати на старті та забезпечити ефективну комунікацію всередині колективу. Основною метою на першому етапі є створення якісного продукту, який задовольняє потреби клієнтів, і закладення основ для довгострокових відносин із замовниками. Зі зростанням попиту Digital Craft планує поступово розширювати команду, додаючи спеціалістів із фронтенд- і бекенд-розробки, менеджера продаж та інших. Це дозволить розширити спектр послуг, включивши такі напрямки, як створення мобільних додатків, комплексні маркетингові кампанії та аналітика даних для клієнтів.

Стратегічна мета компанії – стати конкурентоспроможним гравцем на локальному ринку, а в довгостроковій перспективі – вийти на міжнародний рівень, працюючи з клієнтами за межами України. Це стане можливим за умови безперервного вдосконалення якості послуг, інвестування в навчання персоналу та впровадження новітніх технологій. Розширення також включає відкриття додаткових офісів в інших містах України та за її межами.

б) Послуги

Основною пропозицією буде створення сайтів "під ключ", що включає повний цикл розробки – від аналізу потреб клієнта до запуску готового продукту. Ця послуга охоплює розробку унікального дизайну, програмування функціоналу, адаптивну верстку, а також тестування та розміщення на хостингу. Digital Craft працюватиме з різними типами сайтів, зокрема корпоративними порталами, інтернет-магазинами та лендінгами.

Також буде можливість замовити лише послуги з дизайну, які включають створення сучасного UX/UI-дизайну, розробку брендованих графічних матеріалів, таких як логотипи чи брендбуки, а також редизайн існуючих сайтів для покращення їхнього візуалу та функціональності.

Крім того, Digital Craft надаватиме супутні послуги, такі як SEO-оптимізація, підтримка та обслуговування сайтів, SMM-просування, контент-менеджмент та консультації, наприклад для допомоги у виборі та налаштуванні хостингу й домену або визначенні кращих рішень для просування свого бізнесу.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

а) Клієнти

Цільова аудиторія агентства буде охоплювати переважно малі та середні підприємства, які прагнуть розширити свою присутність у цифровому просторі. До основних клієнтів належатимуть компанії, що працюють у сфері торгівлі, послуг, освіти, туризму, медицини та інших галузях, де веб-сайти є ключовим

інструментом комунікації з клієнтами. Особливу увагу Digital Craft буде приділяти підприємствам, які лише розпочинають свою діяльність і потребують створення ефективного інструменту для залучення клієнтів, а також компаніям, які бажають оновити або оптимізувати свої існуючі ресурси.

Також цільова аудиторія включатиме приватних підприємців, які прагнуть просувати свій бренд або послуги в Інтернеті, зокрема через лендінги чи інтернет-магазини. Значну частку клієнтів становитимуть бізнеси, які орієнтуються на B2C-сегмент і прагнуть забезпечити зручний доступ до своїх продуктів через веб-платформи.

Агентство також націлене на співпрацю з некомерційними організаціями, які потребують інформативних веб-сайтів для розповсюдження інформації та залучення аудиторії до своїх ініціатив. Завдяки орієнтації на індивідуальний підхід і широкий спектр послуг, компанія може задовольнити потреби як локальних клієнтів, так і тих, хто працює на міжнародному ринку.

б) Розмір та тенденції ринку

В Україні активно розвивається IT-інфраструктура та технологічна екосистема. Це проявляється у створенні інноваційних парків, технопарків, акселераторів і спільнот, які стимулюють обмін ідеями, співпрацю між командами та розвиток бізнесу [1].

За останні роки попит на послуги веб-розробки та супутні маркетингові послуги суттєво збільшився. Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні змусили бізнеси активно переходити в онлайн, адаптуючись до нових умов і забезпечуючи безперервність своєї діяльності. Така тенденція зберігається, адже онлайн-платформи стали основним засобом взаємодії з клієнтами. Водночас зростає потреба в якісних, адаптивних і інноваційних рішеннях, що враховують сучасні вимоги до дизайну, функціональності та оптимізації.

Світовий ринок веб-розробки та дизайну демонструє стабільне зростання на рівні 10-12% щороку, попит на наші агентства збільшується. Це зумовлено здатністю українських фахівців пропонувати вигідні ціни при збереженні високої

якості послуг, що особливо приваблює іноземних замовників. Локальні агентства також виграють у конкуренції завдяки гнучкості, індивідуальному підходу та вмінню швидко адаптуватися до потреб ринку.

Додатково, розвиток ІТ-освіти, державних ініціатив для підтримки стартапів і сприятливого середовища для інвестування стимулює подальше зростання галузі. Усі ці фактори створюють перспективні умови для запуску й розвитку нових проектів, таких як агентства з веб-розробки.

в) Конкуренція

Конкуренція у сфері розробки веб-сайтів є значною, що обумовлено високим попитом на такі послуги в умовах цифровізації бізнесу. Серед основних конкурентів можна виділити три категорії.

Перша – це великі агентства, які надають комплексні послуги, включаючи розробку сайтів, SEO-оптимізацію, дизайн та цифровий маркетинг. Їхньою перевагою є широкий спектр послуг і велика команда спеціалістів, але вони часто працюють із великими клієнтами та мають високі ціни, що відкриває можливості для роботи з малим і середнім бізнесом.

Друга категорія – невеликі студії та фрілансери, які надають послуги за доступнішими цінами, але не завжди можуть гарантувати стабільну якість чи виконання складних проектів. Їхні слабкі сторони включають обмежені ресурси та вузьку спеціалізацію, що дозволяє конкурувати за рахунок комплексного підходу і стабільного обслуговування клієнтів.

Третя категорія – онлайн-конструктори сайтів, які пропонують бюджетні рішення для створення простих платформ. Вони привабливі для клієнтів із невеликим бюджетом, але не можуть забезпечити індивідуальний підхід і унікальний дизайн, що дає можливість агентству позиціонувати себе як постачальника персоналізованих і комплексних рішень.

Ключовим фактором успішної конкуренції є створення унікальної пропозиції, яка базується на якості, гнучкості та доступній ціновій політиці. Крім того,

важливо розвивати репутацію агентства через якісне обслуговування клієнтів, використання сучасних технологій та активну маркетингову діяльність.

г) Частка ринку та обсяги реалізації

Розрахунковий обсяг реалізації у перший рік роботи планується у межах 30 проєктів "під ключ", з подальшим збільшенням у наступні роки. Прогнозується, що через 2-3 роки Digital Craft зможе досягти рівня реалізації до 50-60 проєктів щорічно, що забезпечить стабільний дохід та дозволить розширити портфель послуг. Така стратегія дозволить компанії поступово збільшувати частку ринку та закріпити репутацію надійного партнера для малого і середнього бізнесу.

Зростання обсягів продажів супроводжуватиметься зміцненням відносин із постійними клієнтами та активним залученням нових замовників через ефективні рекламні кампанії й партнерства. Крім того, планується інтеграція сучасних технологій для автоматизації процесів і підвищення ефективності роботи команди.

Таким чином, аналіз ринку показує перспективи зростання, а також можливості для ефективного виходу на ринок і побудови стабільної клієнтської бази. Тенденції цифровізації, зростання онлайн-комерції та збільшення запиту на комплексні послуги створюють сприятливі умови для розвитку агентства, що дає змогу забезпечити високу конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

1.3. Маркетинговий план

а) Загальна маркетингова стратегія

Основна маркетингова стратегія Digital Craft базується на побудові репутації надійного та професійного партнера для малого та середнього бізнесу, здатного створити сучасні та ефективні веб-рішення за доступною ціною. Головні акценти маркетингу будуть побудовані на трьох основних аспектах – це висока якість роботи та індивідуальний підхід до кожного клієнта; гнучка система ціноутворення для забезпечення доступності послуг малим і середнім підприємствам; широкий спектр послуг – від розробки сайтів до їх підтримки та

просування, що дозволить клієнтам отримувати всі необхідні цифрові рішення в одному місці.

Для просування компанія активно застосовуватиме сучасні маркетингові інструменти, такі як SEO-оптимізація для підвищення видимості в пошукових системах, контент-маркетинг для формування позитивного іміджу та довіри клієнтів, соціальний медіамаркетинг для залучення нової аудиторії та комунікації з існуючими клієнтами, а також таргетовану рекламу для досягнення цільової аудиторії. Особливу увагу буде приділено просуванню на спеціалізованих технічних платформах і тематичних форумах, що дозволить залучати бізнес-клієнтів і формувати довгострокові партнерські відносини. Для підтримки високого рівня обслуговування буде розроблена стратегія взаємодії з клієнтами, яка передбачає зручні канали комунікації, оперативну підтримку, роботу з відгуками та пропозиціями клієнтів. Постійний моніторинг конкурентів і аналіз їхніх маркетингових підходів дозволять швидко адаптувати стратегії компанії та залишатися конкурентоспроможними [2]. Такий комплексний підхід сприятиме зміцненню позицій Digital Craft на ринку та збільшенню бази постійних клієнтів.

б) Ціноутворення

Стратегія ціноутворення Digital Craft передбачає конкурентні та гнучкі ціни, що дозволять охопити більшу частину сегменту малого та середнього бізнесу. Ціноутворення базуватиметься на складності, масштабі проєкту та індивідуальних потребах клієнта, забезпечуючи можливість адаптації до будь-якого бюджету. Агентство пропонуватиме три основні категорії сайтів "під ключ", орієнтуючись на різні цільові аудиторії:

1. Лендінг (1-3 сторінки) – це прості сайти-візитки або сторінки для конкретних продуктів чи послуг, які допомагають швидко запустити проєкт чи рекламну кампанію. Ціна варіюватиметься в межах 10 000 - 20 000 грн., залежно від дизайну, кількості інтерактивних елементів та додаткових функцій.

2. Корпоративний сайт (5-10 сторінок) – ці сайти будуть створюватися для середнього бізнесу, який потребує повноцінного представлення своєї компанії,

послуг та продуктів. Вони можуть включати інтеграцію з CRM-системами, багаторівневу навігацію та розширені контактні форми. Вартість таких проєктів становитиме 25 000 - 50 000 грн., залежно від технічних вимог.

3. Інтернет-магазин або портал – це складні веб-платформи з інтегрованими системами управління замовленнями, аналітикою, автоматизацією процесів та унікальним дизайном. Ціна таких сайтів становитиме 50 000 - 100 000 грн., враховуючи складність розробки та необхідність постійної підтримки.

в) Тактика реалізації

Реалізація проєктів буде проходити через індивідуальне обговорення кожного запиту та підбір найкращого рішення для клієнта. Кожен клієнт матиме зв'язок з проєктним менеджером, який відповідатиме за комунікацію та якісне виконання всіх етапів роботи. Це забезпечить прозорість і своєчасне виконання всіх зобов'язань перед клієнтом. Усі проєкти проходитимуть такі етапи [3]:

1. Ініціація. Цей етап є основою для всього проєкту. На ньому визначаються ключові завдання, цілі та загальна концепція проєкту. Важливо чітко усвідомити, яких результатів потрібно досягти і які ресурси будуть використовуватися.

2. Планування. На етапі планування створюється детальна структура проєкту, включно з визначенням термінів виконання, бюджетом та розподілом ресурсів. Також формуються критерії, за якими оцінюватиметься успішність проєкту. Чітке планування є основою для досягнення запланованих цілей.

3. Виконання. На цьому етапі здійснюється практична реалізація запланованих завдань. Особливу увагу приділяють координації роботи команди, управлінню ресурсами та дотриманню встановлених строків. Це етап, коли ідеї перетворюються на конкретні дії.

4. Моніторинг і контроль. Під час цього етапу відбувається постійне спостереження за реалізацією проєкту, аналіз виконання плану та усунення відхилень. Основною метою є забезпечення відповідності ходу проєкту до запланованих параметрів та управління необхідними змінами.

5. Завершення проекту. Фінальний етап включає оцінку виконаних робіт, підведення підсумків і підготовку звітів для зацікавлених сторін. Аналізуються сильні та слабкі сторони реалізації проекту для оптимізації подальшої діяльності.

г) Реклама та промоція

Агентство використовуватиме такі види просування:

1. Онлайн-реклама. Digital Craft активно використовуватиме Google Ads для залучення клієнтів через пошукові запити, пов'язані з веб-розробкою, створенням сайтів і підтримкою. Також ми використовуватимемо рекламу в соціальних мережах (Facebook, Instagram), щоб охопити малий бізнес, який використовує ці платформи для пошуку підрядників.

2. Контент-маркетинг та SEO. Планується регулярна публікація корисних статей та матеріалів на корпоративному блозі. Це дозволить підвищити впізнаваність бренду, позиціонувати компанію як експерта у сфері веб-розробки та залучати органічний трафік на сайт.

3. Соціальні мережі. Ведення сторінок компанії в Instagram, Facebook і LinkedIn дозволить презентувати свої кейси, розповідати про послуги та їхні переваги, публікувати відгуки клієнтів. Це сприятиме формуванню довіри та підвищенню лояльності клієнтів.

4. Email-маркетинг. Для потенційних клієнтів, які залишили заявку або підписалися на розсилку, ми будемо надсилати корисні матеріали, пропозиції та акції, що дозволить підтримувати інтерес і нагадувати про компанію.

5. Відгуки та кейси. Ми працюватимемо над збором відгуків і розробкою портфоліо з детальними кейсами, що допоможе потенційним клієнтам оцінити наш досвід і професіоналізм.

1.4. Операційний план

а) Місце розташування

Digital Craft працюватиме у форматі гібридного офісу, що дозволить оптимізувати робочі процеси та витрати. Офіс компанії буде розташований у доступному місці в Тернополі, яке забезпечить зручність для проведення зустрічей із клієнтами та комфорт для працівників, які працюватимуть в офісі. Його простір використовуватиметься для колективної роботи, брейнштормінгу, вирішення нагальних питань проєктів та укладання угод із клієнтами.

Агентство не обмежуватиметься співпрацею лише з локальними бізнесами. Для залучення клієнтів із інших міст і регіонів Digital Craft активно застосовуватиме онлайн-інструменти для зустрічей, такі як Zoom, Microsoft Teams та інші платформи для віддаленої комунікації. Завдяки такому підходу компанія матиме змогу розширити географію клієнтів та охопити бізнеси з усієї України.

Частина працівників працюватиме віддалено, що не лише підвищить їхню продуктивність завдяки зручності роботи з дому, але й зменшить витрати на оренду великого офісного приміщення. Гнучкий підхід до організації робочого процесу дозволить ефективно поєднувати командну роботу та індивідуальну продуктивність, забезпечуючи високу якість послуг та задоволення клієнтів.

б) Приміщення та перебудова площі

Офіс площею близько 50 квадратних метрів буде поділено на кілька функціональних зон: робоча зона для роботи працівників; зона переговорів для зустрічей із клієнтами, презентацій проєктів і нарад команди; зона відпочинку для підтримання продуктивності робітників. Приміщення потребує мінімального ремонту та адаптації під потреби ІТ-компанії. Планується встановлення сучасних меблів і техніки, що забезпечить комфортні умови роботи. За даними джерела [4], оренда такого приміщення у Тернополі коштує в середньому 10 000 гривень, ця ціна буде взята за основу для подальших розрахунків.

в) Стратегія та плани

Digital Craft впроваджуватиме проєктну організацію роботи, де кожен проєкт матиме чітко визначені терміни, етапи виконання та відповідальних осіб. Основні операційні стратегії включають:

1. Використання сучасних інструментів управління проєктами, таких як Trello, Jira або Asana, для координації роботи команди.
2. Запровадження системи CRM для зручного управління клієнтськими замовленнями, історією комунікації та фінансовими операціями.
3. Регулярні зустрічі команди для аналізу прогресу та вирішення поточних питань.

г) Робоча сила

Для старту діяльності компанії потрібна невелика команда кваліфікованих спеціалістів:

1. Проєктний менеджер – відповідальний за комунікацію з клієнтами, координацію роботи команди та контроль термінів виконання проєктів.
2. Веб-розробник – фахівець, який розроблятиме функціонал сайтів, займатиметься технічною підтримкою та оптимізацією.
3. Дизайнер – створюватиме UX/UI макети, брендингові елементи та графіку для сайтів.
4. Маркетолог – відповідатиме за SEO-оптимізацію, створення контенту та просування послуг агентства.

Для виконання допоміжних завдань, таких як копірайтинг або переклади, можливе залучення фрілансерів.

В майбутньому, зі зростанням попиту на послуги, команда буде розширюватися за рахунок залучення нових працівників. Також передбачено регулярне підвищення кваліфікації працівників через курси та тренінги, що дозволить залишатися конкурентними на ринку та підвищувати ціни на свої послуги.

1.5. Управлінська команда

а) Ключовий персонал

Компанією управлятиме власник, який має значний досвід у сфері розробки веб-сайтів, зокрема у створенні сучасних дизайнів, управлінні проєктами та комунікації з клієнтами. Завдяки його багаторічній роботі в індустрії, він володіє експертизою, яка дозволяє успішно організовувати бізнес-процеси агентства, визначати стратегії розвитку, підтримувати високу якість послуг та забезпечувати виконання потреб клієнтів. Його навички включають технічну компетенцію, управління командою, розробку бізнес-стратегій та аналіз ринку, що дає змогу ефективно керувати компанією та масштабувати її діяльність.

б) Виплати власнику

Доходи власника будуть напряду залежати від фінансової успішності агентства. На початковому етапі увесь прибуток буде реінвестуватися в розвиток компанії, закупівлю обладнання, рекламу та розширення команди. У разі прибутковості власник отримуватиме дохід у вигляді частини чистого прибутку компанії після покриття усіх операційних витрат. Це дозволить власнику зберігати баланс між власними доходами і сталим розвитком бізнесу, забезпечуючи його стабільність та конкурентоспроможність на ринку.

1.6. Фінансовий план

а) Джерела та використання коштів

Для запуску Digital Craft планується залучення стартового капіталу в розмірі 400 000 грн. Джерелами фінансування буде грант у розмірі 200 000 гривень, а інша половина – власні кошти власника та запозичення у його друзів та родичів. Стартовий капітал буде використаний на:

1. Завдаток за оренду офісу – 10 000 грн.
2. Придбання обладнання – 216 000 грн (ноутбуки, робочі столи та крісла, миші та гарнітури).
3. Маркетинг та реклама – 10 000 грн.
4. Ремонтні роботи – 50 000 грн.

5. Резервний фонд – 111 500 грн для виплат заробітних плат та інших витрат у перші місяці роботи.

б) Орієнтовний аналіз руху грошових коштів

У перший рік роботи компанія планує генерувати стабільний потік коштів завдяки виконанню приблизно 30 проєктів “під ключ” та 70 менших проєктів. Очікуваний середній дохід від одного проєкту становитиме 20 000 грн. Отже, річний дохід компанії може досягти до 2 000 000 грн. Основні витрати:

1. Оренда офісу – 10 000 грн/місяць.
2. Зарплати співробітників – 100 000 грн/місяць.
3. Реклама та маркетинг – 10 000 грн/місяць.
4. Інші операційні витрати – близько 7 000 грн/місяць.

Загальні витрати у перший рік становитимуть близько 1 600 000 грн. З урахуванням приросту доходів від нових клієнтів, компанія планує поступово досягти позитивного чистого грошового потоку у другому півріччі.

в) Прогноз прибутків та збитків

У перший рік роботи агентство очікує поступове зростання доходів завдяки активному просуванню послуг та розширенню клієнтської бази. Основними джерелами доходів будуть розробка сайтів, дизайн та супутні послуги. Згідно з прогнозом, місячний прибуток повинен зростати щомісяця через збільшення обсягу замовлень.

У перше півріччя роботи, до досягнення стабільного потоку клієнтів, компанія буде працювати з невеликим чистим збитком у межах 50 000 грн через високі початкові та операційні витрати, включаючи оренду, зарплати та рекламу. Проте за умови виконання планових обсягів продажів і утримання конкурентних цін, очікуваний чистий прибуток у другому півріччі становитиме 400 000 грн, що дозволить почати реінвестування у масштабування бізнесу.

Річний чистий прибуток залежатиме від ефективності роботи команди, реалізації маркетингових стратегій та утримання постійних клієнтів. Основними

ризиками залишаються конкуренція та коливання попиту, однак їх можна мінімізувати завдяки гнучкій ціновій політиці та високій якості послуг.

г) Аналіз беззбитковості

Для досягнення беззбитковості Digital Craft необхідно виконувати 5-10 проєктів на місяць із середньою вартістю 20 000 грн. Це забезпечить місячний дохід у розмірі 100 000 - 200 000 грн, що покриє витрати на оренду, зарплати, рекламу та інші операційні витрати. Вихід на цей рівень планується вже у другому кварталі першого року роботи. За умови успішного виконання плану продажів, очікується досягнення беззбитковості бізнесу на 8 місяці роботи.

Таким чином, фінансовий план демонструє реалістичну стратегію управління коштами, поступове досягнення беззбитковості та перехід до стабільного прибуткового зростання, що забезпечить довгострокову успішність Digital Craft.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЄКТУ

Дизайнами та текстами для реклами будуть займатися дизайнер та маркетолог. Це буде входити у їхні обов'язки, тож оплата за це буде у вигляді їхньої щомісячної заробітної плати. Тому у таблиці враховано лише фінансування таргетованої реклами та SEO – по 5 000 грн/міс., разом – 120 000 грн/рік (рис. 2.1).

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
події													
Свята													
Особливі (визначні) дні													
Події місцевого значення													
Сезонні події													
Методи (канали) просування													
Таргетована реклама (SMA)	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
PPC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEO	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	60 000,00
Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SMM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Поліграфічна рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Радіо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Візитні картки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Рекламна продукція	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безкоштовні зразки продукції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші заходи з просування (вказати які)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00

Рис. 2.1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Серед періодичних або разових витрат: витрати на ремонт, підключення інтернету, опалення у холодні місяці року. Інші витрати щомісячні та середні по Тернополі (рис. 2.2).

Витрати на приміщення (будівлю)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда офісу	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	50 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50 000,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00
Опалення	2 000,00	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00	10 000,00
Водопостачання/ каналізація	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00
Інтернет	1 000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	4 300,00
Лампочки, мичі засоби тощо	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	65 500,00	14 800,00	14 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	14 800,00	14 800,00	214 300,00

Рис. 2.2. Витрати на приміщення

Агенство буде надавати 3 види послуг – це сайти "під ключ", дизайн та супутні послуги. В розробку сайтів "під ключ" входять: лендінги та невеликі сайти (1-3 сторінки) – 10 000 - 20 000 грн; корпоративні сайти (5-10 сторінок) – 25 000 - 50 000 грн; інтернет-магазини: 50 000 - 100 000 грн. Серед послуг з дизайну: розробка UX/UI-дизайну або брендингу (логотипи, брендбуки тощо) – 5 000 - 20 000 грн за проєкт. До супутніх послуг відноситься: технічна підтримка та оновлення сайтів – 2 000 - 5 000 грн/місяць; SEO-оптимізація та аудит – 5 000 - 15 000 грн; налаштування реклами – 5 000 - 10 000 грн (рис. 2.3).

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Послуга Категорія №1 Розробка сайтів "під ключ"													
Продано одиниць	2,00	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	4,00	3,00	2,00	3,00	2,00	28,00
Ціна за 1	15 000,00	50 000,00	40 000,00	100 000,00	20 000,00	40 000,00	80 000,00	30 000,00	40 000,00	100 000,00	60 000,00	80 000,00	655 000,00
Сума продажу	30 000,00	50 000,00	120 000,00	100 000,00	80 000,00	80 000,00	80 000,00	120 000,00	120 000,00	200 000,00	180 000,00	160 000,00	1 320 000,00
Послуга Категорія №2 Дизайн													
Продано одиниць	3,00	3,00	4,00	2,00	3,00	5,00	6,00	4,00	2,00	3,00	4,00	3,00	42,00
Ціна за 1	5 000,00	10 000,00	5 000,00	15 000,00	10 000,00	5 000,00	5 000,00	10 000,00	15 000,00	10 000,00	10 000,00	15 000,00	115 000,00
Сума продажу	15 000,00	30 000,00	20 000,00	30 000,00	30 000,00	25 000,00	30 000,00	40 000,00	30 000,00	30 000,00	40 000,00	45 000,00	365 000,00
Послуга Категорія №3 Супутні послуги (налаштування реклами, SEO тощо)													
Продано одиниць	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	40,00
Ціна за 1	2 000,00	5 000,00	5 000,00	10 000,00	15 000,00	5 000,00	5 000,00	7 000,00	5 000,00	5 000,00	7 000,00	5 000,00	76 000,00
Сума продажу	6 000,00	10 000,00	15 000,00	30 000,00	30 000,00	15 000,00	15 000,00	21 000,00	20 000,00	25 000,00	28 000,00	25 000,00	240 000,00
Разом усіх товарів	51 000,00	90 000,00	155 000,00	160 000,00	140 000,00	120 000,00	125 000,00	181 000,00	170 000,00	255 000,00	248 000,00	230 000,00	1 925 000,00

Рис. 2.2. Прогноз продаж

Виплати на оплату праці залежать від розміру проекту та терміну його виконання. Матеріалами виступають підписки та ліцензії на програмне забезпечення для роботи, таке як Adobe Creative Cloud, Figma для дизайну або BrowserStack для тестування (рис. 2.4).

Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг													
Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	2,00	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	4,00	3,00	2,00	3,00	2,00	28,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	8 000,00	30 000,00	20 000,00	50 000,00	12 000,00	20 000,00	40 000,00	16 000,00	20 000,00	50 000,00	35 000,00	40 000,00	341 000,00
Матеріали/ комплектуючі	500,00	1 000,00	1 000,00	2 000,00	500,00	1 000,00	1 500,00	1 000,00	1 000,00	2 000,00	1 500,00	1 500,00	14 500,00
Витратні матеріали													0,00
Пакувальні матеріали (тара)													0,00
Інше													0,00
Всього витрати на один. товару	8 500,00	31 000,00	21 000,00	52 000,00	12 500,00	21 000,00	41 500,00	17 000,00	21 000,00	52 000,00	36 500,00	41 500,00	355 500,00
Категорія 1: Всього Витрати	17 000,00	31 000,00	63 000,00	52 000,00	50 000,00	42 000,00	41 500,00	68 000,00	63 000,00	104 000,00	109 500,00	83 000,00	724 000,00
Категорія 2: Продано один. товару	3,00	3,00	4,00	2,00	3,00	5,00	6,00	4,00	2,00	3,00	4,00	3,00	42,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	2 500,00	5 000,00	2 500,00	8 000,00	5 000,00	2 500,00	2 500,00	5 000,00	8 000,00	5 000,00	5 000,00	8 000,00	59 000,00
Матеріали/ комплектуючі	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
Витратні матеріали													0,00
Пакувальні матеріали (тара)													0,00
Інше													0,00
Всього витрати на один. товару	3 000,00	5 500,00	3 000,00	8 500,00	5 500,00	3 000,00	3 000,00	5 500,00	8 500,00	5 500,00	5 500,00	8 500,00	65 000,00
Категорія 2: Всього Витрати	9 000,00	16 500,00	12 000,00	17 000,00	16 500,00	15 000,00	18 000,00	22 000,00	17 000,00	16 500,00	22 000,00	25 500,00	207 000,00
Категорія 3: Продано один. товару	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	40,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	1 000,00	2 500,00	2 500,00	5 000,00	8 000,00	2 500,00	2 500,00	3 000,00	2 500,00	3 000,00	3 000,00	2 500,00	38 000,00
Матеріали/ комплектуючі	200,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	5 700,00
Витратні матеріали													0,00
Пакувальні матеріали (тара)													0,00
Інше													0,00
Всього витрати на один. товару	1 200,00	3 000,00	3 000,00	5 500,00	8 500,00	3 000,00	3 000,00	3 500,00	3 000,00	3 500,00	3 500,00	3 000,00	43 700,00
Категорія 3: Всього Витрати	3 600,00	6 000,00	9 000,00	16 500,00	17 000,00	9 000,00	9 000,00	10 500,00	12 000,00	17 500,00	14 000,00	15 000,00	139 100,00
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	29 600,00	53 500,00	84 000,00	85 500,00	83 500,00	66 000,00	68 500,00	100 500,00	92 000,00	138 000,00	145 500,00	123 500,00	1 070 100,00

Рис. 2.4. Собівартість реалізованої продукції

Проджект-менеджер буде працювати на умовах часткової зайнятості, оскільки його присутність не обов'язкова протягом усього робочого дня. Інші працівники отримуватимуть середню заробітну плату по Тернополі (рис. 2.5).

Витрати на оплату праці													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Посада (позиція)													
<i>Проджект-менеджер</i>	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
<i>Розробник</i>	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	360 000,00
<i>Дизайнер</i>	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
<i>Маркетолог</i>	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	180 000,00
ПДФО (18%)	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	13 500,00	162 000,00
ВЗ (1,5%)	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	1 125,00	13 500,00
ЕСВ (22%)	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	16 500,00	198 000,00
Всього витрати	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	1 273 500,00

Рис. 2.5. Витрати на оплату праці

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	214 300,00
Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за інтернет	1 000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	4 300,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2 400,00
Реклама/ промо-акції	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та підписки на ПЗ	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	36 000,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Знос (амортизація)	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	65 333,33
Інше: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	29 644,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	28 944,44	442 333,33

Рис. 2.6. Операційні витрати без витрат на оплату праці

Для ефективної роботи агентства необхідно придбати якісне обладнання, яке забезпечить стабільність і швидкість виконання проектів. Потужні ноутбуки та зручні робочі місця забезпечать ефективну роботу працівників. Крім того, надійна техніка мінімізує ризики збоїв, що важливо для дотримання термінів виконання проектів. Витрати на капітальне обладнання зображені на Рисунку 2.7.

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Ноутбуки (4 штуки)	160 000,00	1 вересня 2024 року	36,00	4 444,44
Інше (миші, гарнітури) (4 комплекти)	6 000,00	1 вересня 2024 року	36,00	166,67
Робочі столи та крісла (по 4 штуки)	50 000,00	1 вересня 2024 року	60,00	833,33
Загальна вартість капітального обладнання	216 000,00		Всього місячна амортизація	5 444,44

Рис. 2.7. Капітальне обладнання та амортизація

Початкові витрати	
Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	218 500,00
Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горшків, супутніх товарів	0
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0
Ліцензії та підписки на ПЗ	0
Ремонтні роботи	50000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	10000
Реклама	10000
Резерв обігових коштів	0
Всього початкові витрати	288 500,00

Рис. 2.8. Початкові витрати

Джерела фінансування та статті витрат	
Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	100 000,00
Позика в друзів	50 000,00
Позика в родичів	0,00
Дали друзі як негрошовий внесок	0,00
Дали родичі як негрошовий внесок	50 000,00
Внесок автомобіль	0,00
Грант	200 000,00
З усіх джерел фінансування	400 000,00
Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0,00
Споруди/ приміщення:	0,00
Обладнання:	216 000,00
Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горшків, супутніх товарів	0,00
Юридичні послуги/ Регістрація	0,00
Бухгалтерські послуги	0,00
Ліцензії та підписки на ПЗ	0,00
Ремонтні роботи	50 000,00
Установка обладнання	2 500,00
Завдатки	10 000,00
Реклама	10 000,00
Усі статті витрат	288 500,00
Початковий баланс грошових коштів	111 500,00

Рис. 2.9. Джерела фінансування та статті витрат

Звіт про прибутки та збитки (проект)														
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	Всього за рік
ДОХОД														
Валовий дохід	Тип фірми	51 000,00	90 000,00	155 000,00	160 000,00	140 000,00	120 000,00	125 000,00	181 000,00	170 000,00	255 000,00	248 000,00	230 000,00	1 925 000,00
Валова собівартість реаліза продукції (амін.вир.) (тип фірми В, П, РТ)	П	29 600,00	53 500,00	84 000,00	85 500,00	83 500,00	66 000,00	68 500,00	100 500,00	92 000,00	138 000,00	145 500,00	123 500,00	1 070 100,00
Валовий прибуток		21 400,00	36 500,00	71 000,00	74 500,00	56 500,00	54 000,00	56 500,00	80 500,00	78 000,00	117 000,00	102 500,00	106 500,00	854 900,00
Валовий прибуток (%)		41,96	40,56	45,81	46,56	40,36	45,00	45,20	44,48	45,88	45,88	41,33	46,30	44,41
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ														
Оплата праці+податки за найманих		106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	1 273 500,00
Витрати на приміщення		65 500,00	14 800,00	14 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	14 800,00	14 800,00	214 300,00
Транспортування/ автомобіль		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Плата за інтернет		1 000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	4 300,00
Офісні витратні матеріали/ пошта		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	20,00	2 220,00
Реклама/ промо-акції		10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
Юридичні бухгалтерські послуги		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ліцензії та підписки на ПЗ		3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	36 000,00
Знос (амортизація)		5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	5 444,44	65 333,33
Інше: запчастини, масло, мийка машини		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього операційні витрати		191 269,44	139 869,44	139 869,44	137 869,44	137 869,44	137 869,44	137 869,44	137 869,44	137 869,44	137 869,44	139 869,44	139 689,44	1 715 653,33
Прибуток (збиток) після оподаткування		-169 869,44	-103 369,44	-68 869,44	-63 369,44	-81 369,44	-83 869,44	-81 369,44	-57 369,44	-59 869,44	-20 869,44	-37 369,44	-33 189,44	-860 753,33

Рис. 2.10. Звіт про прибутки та збитки

Позиція на початку		Звіт про рух грошових коштів (проект)												
		МІСЯЦЬ 1	МІСЯЦЬ 2	МІСЯЦЬ 3	МІСЯЦЬ 4	МІСЯЦЬ 5	МІСЯЦЬ 6	МІСЯЦЬ 7	МІСЯЦЬ 8	МІСЯЦЬ 9	МІСЯЦЬ 10	МІСЯЦЬ 11	МІСЯЦЬ 12	ВСЬОГО ЗА РІК
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК		111 500,00	-23 325,00	-67 750,00	-47 175,00	-19 600,00	-12 025,00	-24 450,00	-31 875,00	16 700,00	54 275,00	176 850,00	290 425,00	386 180,00
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ														
Від покупок (продажів)		51 000,00	90 000,00	155 000,00	160 000,00	140 000,00	120 000,00	125 000,00	181 000,00	170 000,00	255 000,00	248 000,00	230 000,00	1 925 000,00
Від дебіторів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Кредити/ Позики		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інвестиції		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інше		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього отримання		51 000,00	90 000,00	155 000,00	160 000,00	140 000,00	120 000,00	125 000,00	181 000,00	170 000,00	255 000,00	248 000,00	230 000,00	1 925 000,00
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ														
ВИПЛАТИ		Оплата праці	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	106 125,00	1 273 500,00
		Витрати на приміщення	65 500,00	14 800,00	14 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	12 800,00	14 800,00	14 800,00	214 300,00
		Транспортування/ автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Плата за інтернет	1 000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	4 300,00
		Офісні витратні матеріали/ пошта	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	20,00	2 220,00
Реклама/ промо-акції	10 000,00	Просування	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	120 000,00
Юридичні бухгалтерські послуги	0,00	Юридичні бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Регістрація, ліцензії, дозволи	0,00	Ліцензії та підписки на ПЗ	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	36 000,00
		Страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Придбання та установка капітального обладнання	218 500,00	Придбання та установка капітального обладнання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Всього виплати	185 825,00	134 425,00	134 425,00	132 425,00	132 425,00	132 425,00	132 425,00	132 425,00	132 425,00	132 425,00	134 425,00	1 650 320,00
		БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	-23 325,00	-67 750,00	-47 175,00	-19 600,00	-12 025,00	-24 450,00	-31 875,00	16 700,00	54 275,00	176 850,00	290 425,00	386 180,00

Рис. 2.11. Звіт про рух грошових коштів

БАЛАНС	
Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	386 180,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Запаси готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	
Інше	0,00
Всього оборотні активи	386 180,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	198 000,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього позаоборотні активи	198 000,00
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	584 180,00
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до сплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	584 180,00
Всього капітал власника та пасиви	584 180,00

Рис. 2.12. Баланс

ВИСНОВКИ

У ході виконання курсової роботи було розроблено бізнес-план для агентства з розробки веб-сайтів, що охоплює всі ключові аспекти організації та функціонування підприємства у сфері розробки сайтів і надання супутніх послуг. Проведене дослідження підтвердило актуальність даного проекту в умовах сучасного ринку, де цифровізація є важливою складовою успішної діяльності бізнесу.

На основі аналізу ринку встановлено, що попит на послуги веб-розробки зростає через потребу підприємств у сучасній інтернет-присутності. Було визначено основні сегменти цільової аудиторії, до яких належать малі та середні підприємства, що прагнуть підвищити впізнаваність і ефективність своєї діяльності за рахунок розробки сайту для взаємодії з клієнтами. Конкурентний аналіз виявив можливості для створення унікальної пропозиції, яка базується на високій якості послуг і індивідуальному підході до клієнтів.

Фінансові розрахунки показали доцільність реалізації проекту. Ретельно опрацьовано джерела фінансування, витрати на обладнання, заробітну плату персоналу операційні витрати та інше. Згідно з прогнозом прибутків і збитків, бізнес досягне беззбитковості на 8 місяці функціонування за умов реалізації запланованих обсягів продажів.

Отже, виконана робота продемонструвала практичну значущість бізнес-плану як інструменту для організації та розвитку підприємства. Отримані результати можуть бути використані не лише для реалізації конкретного проекту, але й для вдосконалення підходів до управління бізнесом у сфері ІТ-послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розвиток ІТ в Україні та майбутнє українських ІТ-спеціалістів. URL: <https://bazarmedia.info/2023/06/29/ebxk8235nx/>. (дата звернення: 15.11.2024)
2. Маркетингова стратегія для ІТ-бренду: залучення та утримання клієнтів. URL: <https://brander.ua/blog/marketynhova-stratehiya-dlya-it-brendu-zaluchennya-ta-utryman-nya-kliyentiv>. (дата звернення: 15.11.2024)
3. Етапи управління ІТ-проектами: ініціація проєкту для менеджера. URL: <https://iampm.club/ua/blog/etapi-upravlinnya-it-projektami-inicziacziya-projektu-dlya-menedzhera/>. (дата звернення: 16.11.2024)
4. Орендувати комерційну нерухомість в Тернополі. URL: https://dom.ria.com/uk/search/?excludeSold=1&category=13&realty_type=0&operation=3&state_id=3&price_cur=1&sort=inspected_sort&firstInteraction=false&limit=20&market=3&type=list&city_ids=3&client=searchV2&ch=214_f_40,214_t_60,242_240,247_252. (дата звернення: 17.11.2024)